MANARA

FIGURINES EXCLUSIVES DE COLLECTION

© Manara. Les vignettes utilisées sont © SEFAM © Les Humanoïdes Associés S.A.S. - Paris

Altaya

www.altaya.fr

Milo Manara

éditeur
Ediciones Altaya, S.A.
Avda. Diagonal, 662-664
08034 Barcelona, Espagne
CEO
Michael Bannett
directeurs généraux
Mauricio Altarriba, Augusto Soveral
directeur éditorial
Virgilio Ortega
directeur des achats
Joaquim Aymerich
responsable de produit
Charlotte Saigne

réalisation
Sintagma Creaciones Editoriales S.L.
C. Tuset, 19, 4º,3ª
08006 Barcelona, Espagne
directeur
Jordi Altarriba
coordination éditoriale
Mireia Ferrer, Guillermo Rodríguez
assistants d'édition
Emma Lladó, Xavier Verdaguer
conception graphique
David Guerra Estudio, Ramon Julià
textes
Jaume Vidal
édition
Carmen Soler

illustrations
© 2009 Manara, *Revoir les étoiles*

Les vignettes illustrant les articles sont (sauf mention) :
© 2009 Manara, SEFAM, Casterman, Les Humanoïdes Associés

photogravure
Ungraf (Barcelone)
impression
Rotocayfo (Barcelone)
Impreso en Espana - Imprimé en Espagne

© 2007, Ediciones Altaya, S.A.

distribution
Pour la France
NMPP
Pour la Belgique
AMP rue de la Petite-Ile, 1
1070 Bruxelles
Tél. : (02) 525 14 11
Pour la Suisse
Naville 38-42, avenue Vibert
CH – 1227 Carouge – GE
Tél. : (022) 308 04 44
Pour le Québec
Messageries Benjamin
9600 Jean Milot Ville Lasalle
Québec H8R 1X7 Tél. : (514) 364 1780
ventes
Dépositaires et diffuseurs de presse
Pomévente

abonnement
Pour vous abonner à une collection :
www.altaya.fr
Ou par courrier :
Data Base Factory
90, bd National
92258 La Garenne-Colombes Cedex
Téléphone réservé aux abonnés :
08 92 23 15 25 (0,34 € min)
(de 8 h 30 à 17 h 30 du lundi au vendredi)

Pour commander un numéro ou payer vos factures d'abonnement, contactez le service clients :
www.macollection.fr

administration, marketing, édition
Éditions Cobra
18-22 rue des Poissonniers
92200 Neuilly-sur-Seine

directeur
Cyrille Prévost

marketing
Ève Boulan-Périvier

édition
Catherine Chevrel

adaptation
Franck Friès

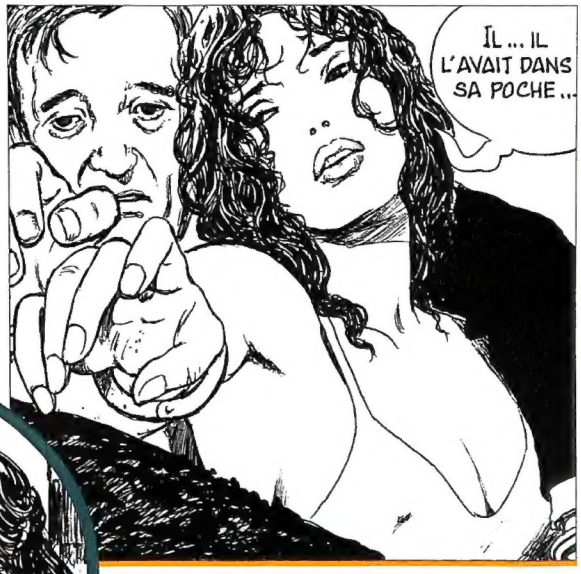
traduction
Nicolas Blot

Dépôt légal : à parution
Dépôt en Espagne : B.30204-2007

Le prix de ce numéro comprend le prix du fascicule et celui de la miniature. Miniature pour collectionneurs adultes, ne convient pas aux enfants de moins de 14 ans. Toute reproduction, même partielle, de cette publication est interdite sans l'autorisation préalable de l'éditeur. Tous droits réservés. Cette publication ne peut être prêtée, revendue, louée ou utilisée à des fins commerciales.

Les quatre pages centrales et détachables du fascicule sont extraites d'une BD de Manara. Au fil des numéros de la collection, vous pourrez reconstituer ces œuvres dans leur intégralité.

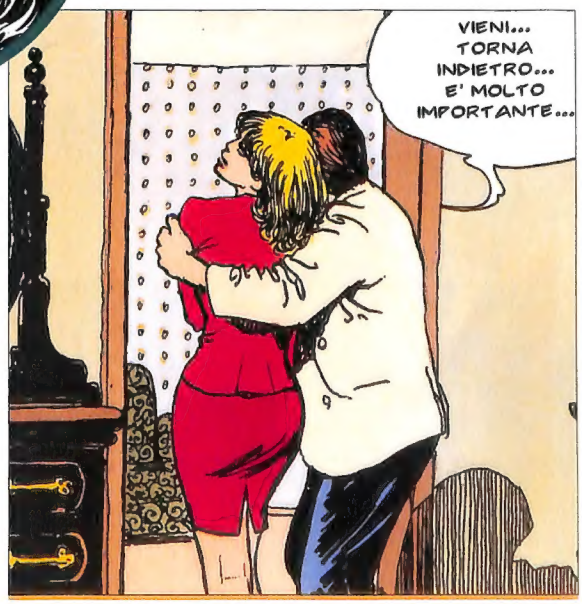
religieuses et des morales perverses qui nient la capacité de travail, de création ou de commandement des femmes. En revanche, bien des hommes sont perdus désormais : ils se comportent de façon déplacée, hors de leur époque, en traitant leurs femmes comme si elles leur appartenaient. Ce n'est pourtant pas de ce



L'effort ne rebute pas Kay (Révolution), *qui ne craint pas de travailler jour et nuit. Ce qui lui fait peur, en revanche, c'est la populace qui voit en elle et en son corps nu une possibilité de gagner de l'argent.*

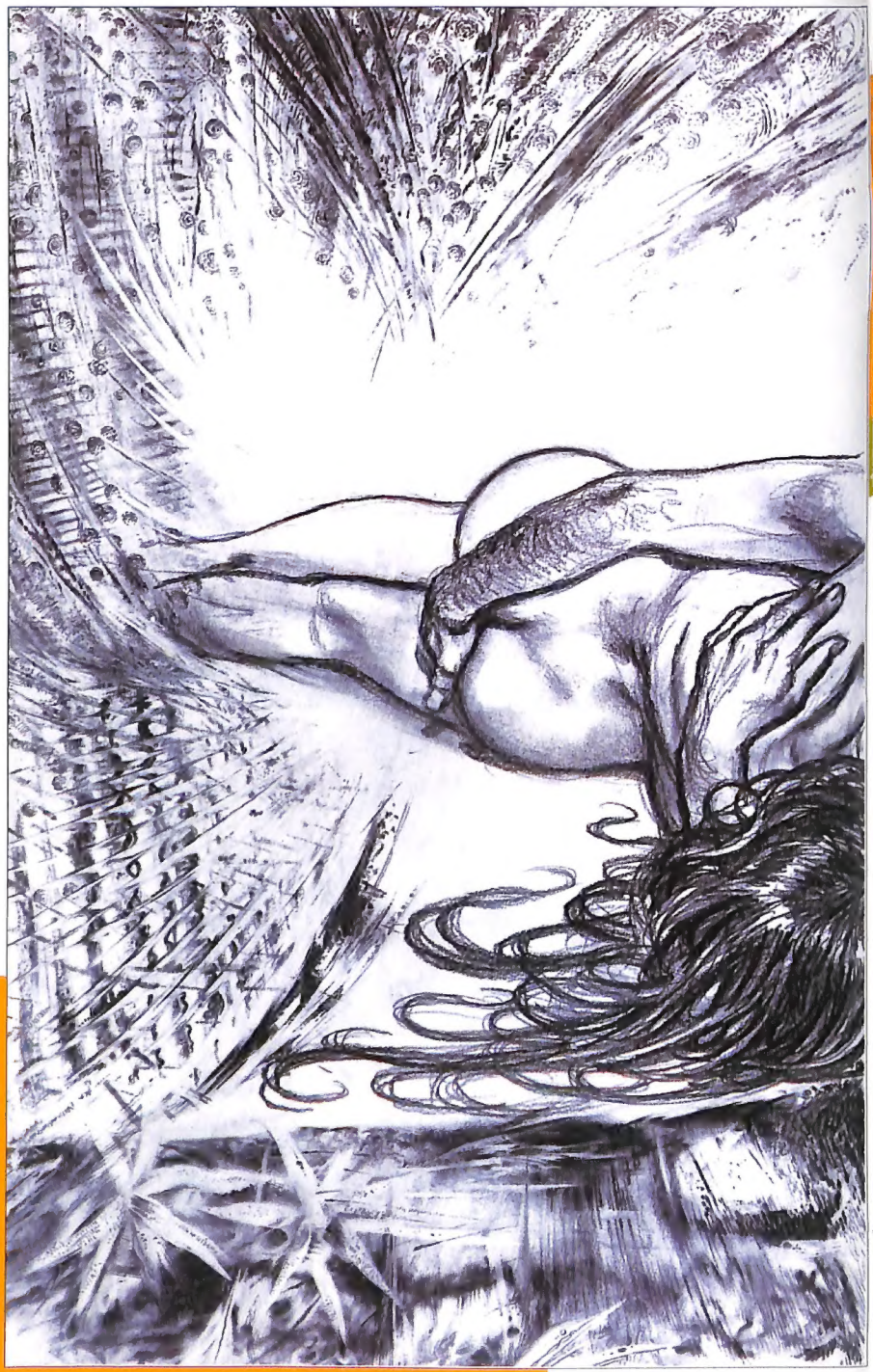
PROTECTION

L'égalité entre les hommes et les femmes est en devenir. Presque réalisée déjà, elle promet de rendre les rapports humains plus authentiques, honnêtes et sincères : de nombreuses femmes ont besoin des hommes pour la chaleur humaine qu'ils leur apportent et non pour des raisons de protection physique, économique ou sociale. Mais maintes femmes aussi désirent la protection, la chaleur et la tendresse qu'apporte l'amour vrai. Ainsi sont les femmes de Manara. L'œuvre de Milo Manara s'inscrit dans cette époque de changement qui voit les femmes savoir et exprimer sans euphémisme ce qu'elles veulent et ne veulent pas, ce qu'elles désirent et ce qu'elles fuient. Mais bien des hommes conservent encore les vieilles mentalités ; ils demeurent ancrés dans les vieux stéréotypes qui octroient le pouvoir absolu au mâle et la soumission à sa femelle. De nombreuses femmes ont su se retrouver dans ce monde occidental contemporain en se défaisant des entraves



Valeria (Rendez-vous fatal) *est l'une des femmes de Manara qui a le plus besoin de protection. D'une grande vulnérabilité, elle paie le prix fort pour s'être amourachée de l'homme dont elle n'aurait pas dû s'éprendre.*

genre de protection que les femmes ont besoin. L'œuvre de Manara se situe dans ce contexte d'actualité en ce que les préoccupations, les inquiétudes et les centres d'intérêt de ses personnages féminins sont ceux des femmes de chair et de sang.
Il en est ainsi de l'infortunée Valeria, dans *Rendez-vous fatal* : mariée à un homme, Silvio, qui n'a pas su tisser l'histoire d'amour dont elle avait rêvée, elle a besoin d'être protégée. Silvio est l'archétype de l'homme qui croit devoir s'approcher du pouvoir à tout prix, quand bien même ce pouvoir serait corrompu, mafieux – bref, le pouvoir des ténèbres. Silvio tombe sous la coupe d'un réseau d'intérêts obscurs qui finit par réduire à sa merci une pauvre Valeria sans défense et sans protection. Dans ses efforts pour échapper à la sordide situation dans laquelle elle se trouve, Valeria ne rencontre que des hommes marqués par le mal. Nul ne peut l'aider, pas même son créateur, Manara. Kay a aussi besoin de protection. Dans *Révolution*, cette fille intelligente, qui se donne toutes les peines pour être une grande danseuse, s'exerce nuit et jour dans le but d'être reconnue comme une ballerine prodige. L'effort ne lui fait pas peur. Mais jamais elle n'aurait imaginé que sa capacité de travail et son talent seraient



L'une des belles illustrations créées par Manara pour l'album L'Iliade, *hommage du maître italien au poème épique attribué à Homère. Le noir et blanc s'impose avec force dans cet ouvrage.*

Protection et tendresse dans ces images de Jour de colère.

Couverture de l'album Jour de colère, *récit des aventures africaines de Giuseppe Bergman – aventures qui regorgent de situations délirantes. L'alter ego de Manara nous montre dans cette illustration qu'il est tout disposé à protéger les femmes dans la difficulté.*

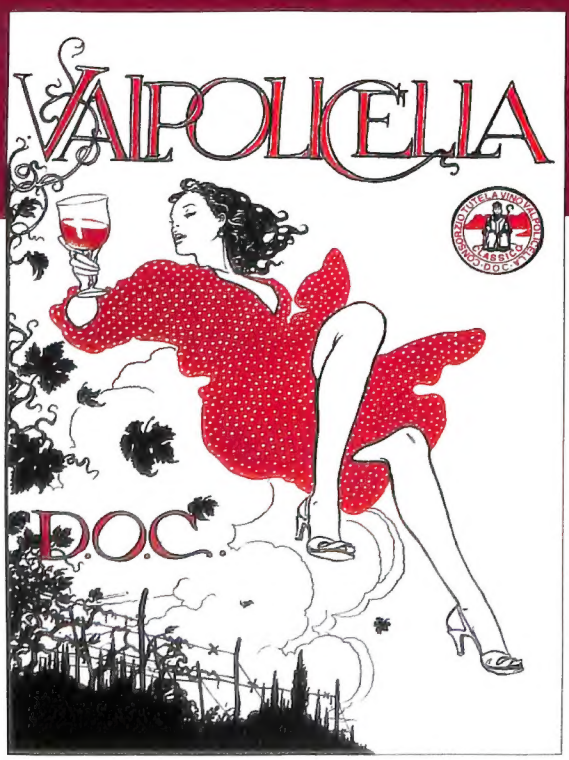
exploités par le perfide directeur artistique d'une émission de télévision. Bientôt, Kay découvre avec consternation que sa virtuosité chorégraphique ne sert à rien pour triompher. Le succès et la popularité ne sont pas ce qu'elle avait cru. La protection est également ce dont a besoin Ipsy (*Revoir les étoiles*). En proie à une schizophrénie, elle imite les héroïnes des grands tableaux de l'histoire de la peinture. La folie d'Ipsy est une métaphore de la condition des femmes d'aujourd'hui qui vivent avec perplexité la recherche de leur nouveau rôle dans une société où la compétition est reine. Protection encore, voilà ce qu'il faudrait dans *Jour de colère* à l'innocente Cousette qui doit subitement incarner la prostituée Lou-Lou dans une aventure que va bouleverser à jamais sa vie, jusqu'alors fort prévisible et insipide.

Giuseppe Bergman, l'alter ego graphique de Manara, tentera bien de l'aider, de lui apporter la protection dont elle a besoin ; mais il revient à la seule Lou-Lou, comme à tant de femmes d'aujourd'hui, d'accomplir sa propre destinée.

Manara donne une saisissante vision du monde sordide des stupéfiants, contre quoi il faut absolument se protéger. Être dépendant d'une drogue, ce n'est pas vivre.

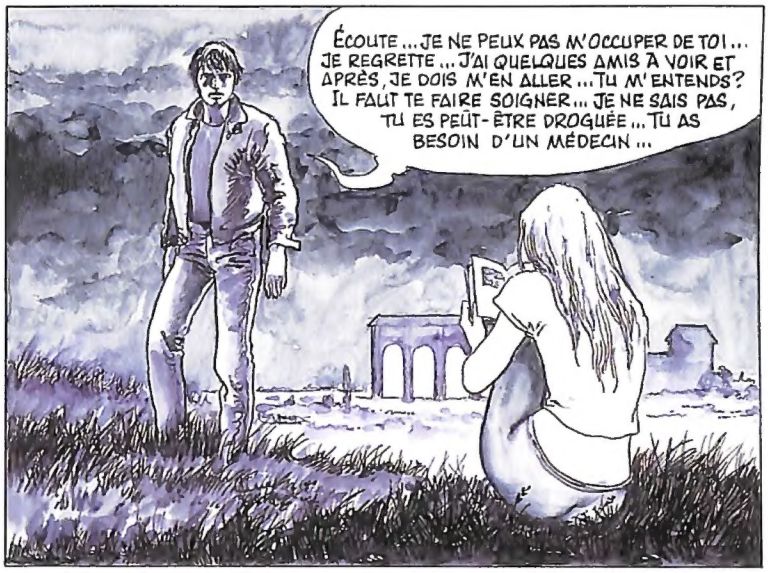
PUBLICITÉ

Milo Manara œuvre dans le secteur de la publicité, et ses travaux dans ce domaine clef, au cœur du fonctionnement du monde actuel, lui ont permis d'établir avec le public un genre de relation bien distinct de celui qu'il entretient avec les lecteurs de ses bandes dessinées.
La publicité est une autre dimension au sujet de laquelle Manara n'a jamais caché ses craintes et sa méfiance. Quel paradoxe, un publicitaire qui se défie de la publicité ! Mais Manara est par-dessus tout un créateur ; ensuite seulement il est auteur de BD, illustrateur, peintre et publicitaire. Or un créateur tel que Manara se soucie principalement d'étendre son art à tous les formats, à tous les supports et à tous les moyens d'expression. Un tableau participe de l'art, une bande dessinée participe de l'art, une publicité participe aussi de l'art. C'est ainsi que



Manara déteste la publicité qui répète à satiété les mêmes stéréotypes. Il fait le pari d'une publicité qui surprend le consommateur par son inventivité : en haut, pour une marque de lingerie ; en bas, pour les vins de Valpolicella, dans la province de Vérone.

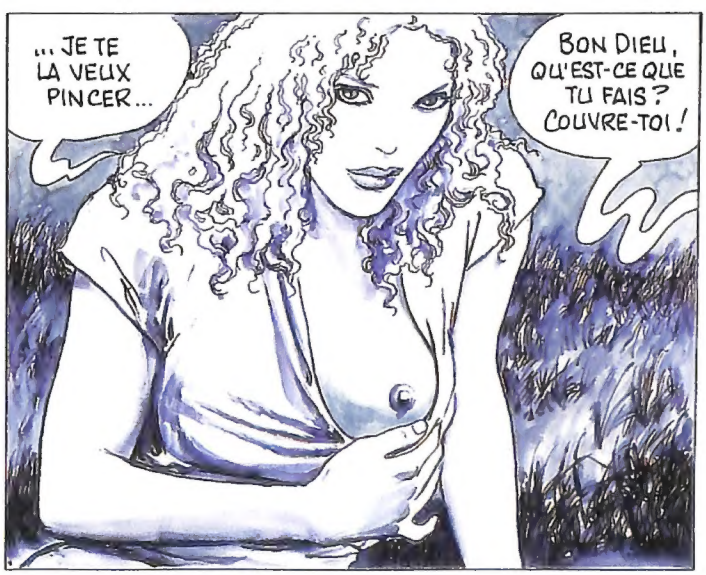
Manara manifeste ses craintes à l'égard de la publicité dans son album-compilation *Memory* : « Un chapitre très délicat ». Il reconnaît qu'il a « par principe un très mauvais rapport avec la pub », car il déteste « son côté matraquage répétitif ». Cela signifie qu'il abhorre le genre de publicité, si habituel de nos jours, qui ressasse et reproduit à satiété les mêmes canons, les mêmes stéréotypes et les mêmes images. Toujours pareille, dénuée de génie, de talent, de risque, de faculté de surprendre le consommateur et de sensibilité aux besoins de celui-ci : Manara déteste ce type de publicité agressive, sauvage et impudente dans sa façon de transmettre son message.


ÉCOUTE ... JE NE PEUX PAS M'OCCUPER DE TOI ... JE REGRETTE ... J'AI QUELQUES AMIS À VOIR ET APRÈS, JE DOIS M'EN ALLER ... TU M'ENTENDS? IL FAUT TE FAIRE SOIGNER ... JE NE SAIS PAS, TU ES PEUT-ÊTRE DROGUÉE ... TU AS BESOIN D'UN MÉDECIN ...

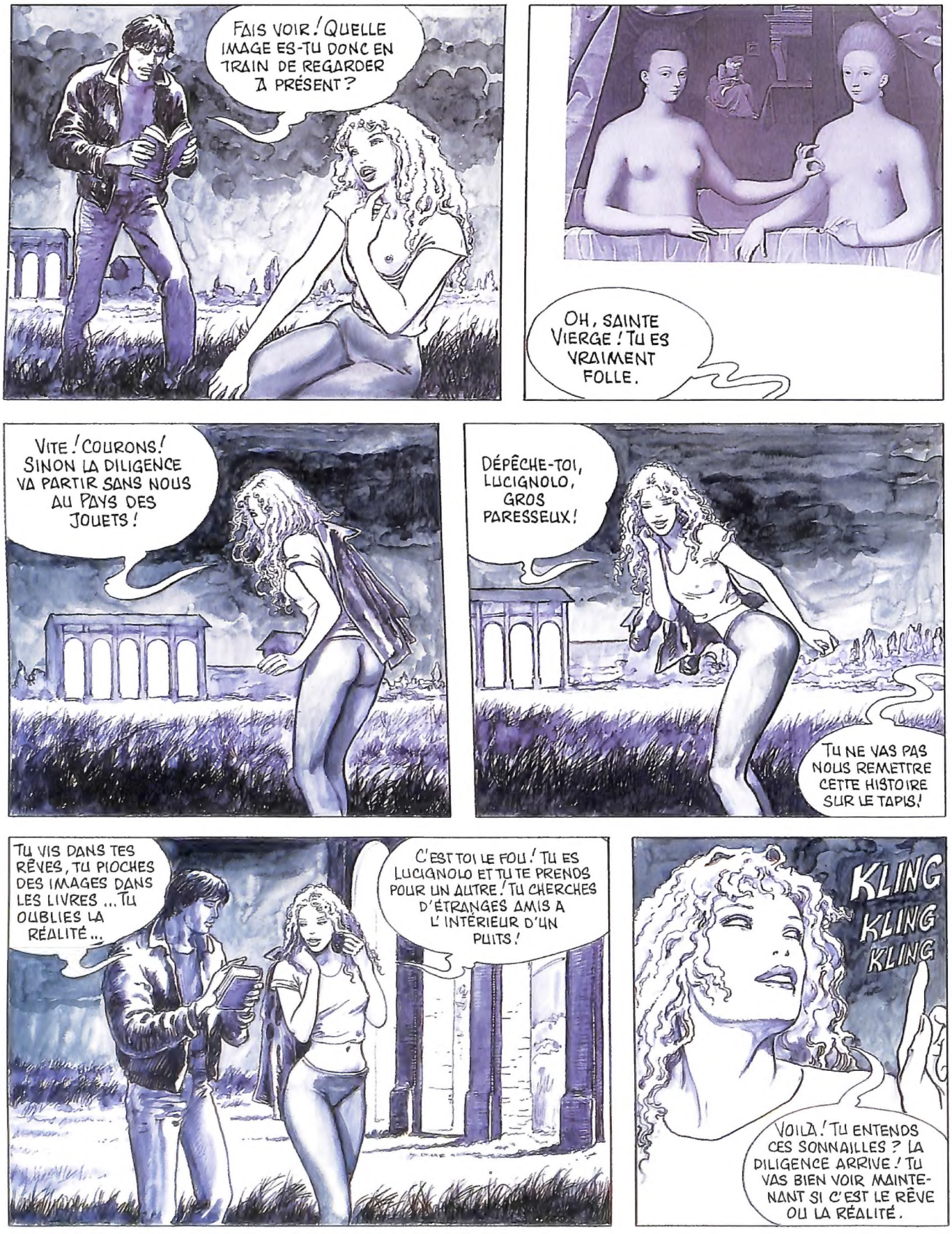
LES SABOTS DES CHEVAUX RÉSONNENT SUR LA ROUTE ... LEUR GALOP RETENTIT SOUS LES VOÛTES DE FONTAINEBLEAU. HENRI ET SA SUITE REVIENNENT DE LA CHASSE ... IL SERA BIENTÔT ICI ET NOUS ÉPIERA DERRIÈRE CE RIDEAU ...

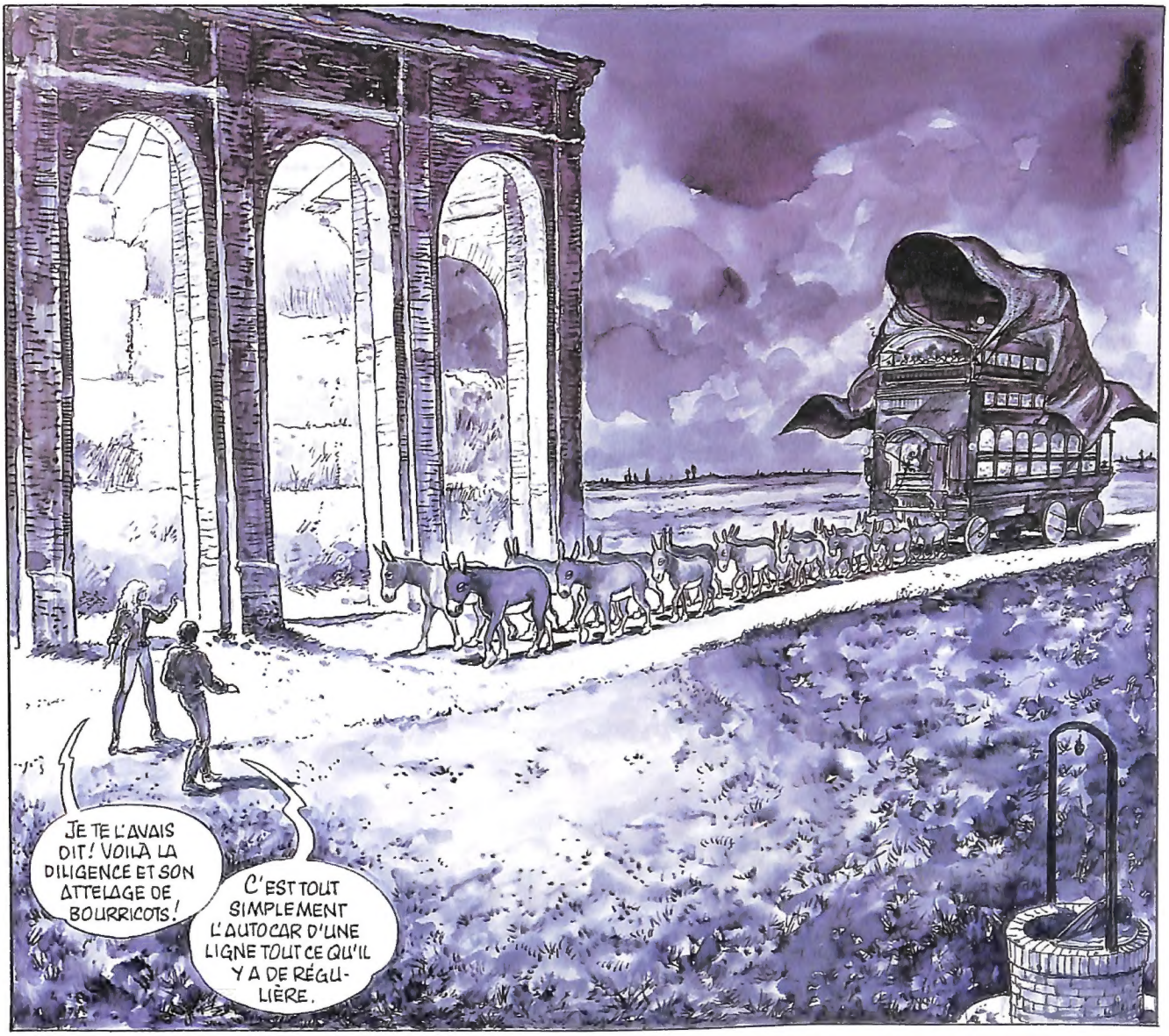
LA DUCHESSE DE VILLARS M'APPELLE EN RIANT ... GABRIELLE! GABRIELLE, PETITE SŒUR ... DÉSHABILLONS-NOUS VITE ... ENTRONS DANS L'EAU PARFUMÉE DU BAIN ... SA MAJESTÉ EST DÉJÀ DANS LES ESCALIERS!...

IL ENJAMBE LES MARCHES QUATRE À QUATRE ... LE VOILÀ! IL EST ICI! VITE ... OFFRE-MOI TON TÉTON ... HENRI NOUS REGARDE ... AH, GABRIELLE!... MA SŒUR ... QUE PENSERA DE NOUS LE ROI ... DONNE LA POINTE DE TON SEIN ...


... JE TE LA VEUX PINCER ...
BON DIEU, QU'EST-CE QUE TU FAIS? COUVRE-TOI!

ALLEZ, SOIS GENTILLE, COUVRE-TOI!


FAIS VOIR ! QUELLE IMAGE ES-TU DONC EN TRAIN DE REGARDER À PRÉSENT ?
OH, SAINTE VIERGE ! TU ES VRAIMENT FOLLE.
VITE ! COURONS ! SINON LA DILIGENCE VA PARTIR SANS NOUS AU PAYS DES JOUETS !
DÉPÊCHE-TOI, LUCIGNOLO, GROS PARESSEUX !
TU NE VAS PAS NOUS REMETTRE CETTE HISTOIRE SUR LE TAPIS !
TU VIS DANS TES RÊVES, TU PIOCHES DES IMAGES DANS LES LIVRES ... TU OUBLIES LA RÉALITÉ ...
C'EST TOI LE FOU ! TU ES LUCIGNOLO ET TU TE PRENDS POUR UN AUTRE ! TU CHERCHES D'ÉTRANGES AMIS À L'INTÉRIEUR D'UN PUITS !
KLING KLING KLING
VOILÀ ! TU ENTENDS CES SONNAILLES ? LA DILIGENCE ARRIVE ! TU VAS BIEN VOIR MAINTENANT SI C'EST LE RÊVE OU LA RÉALITÉ.


JE TE L'AVAIS DIT ! VOILÀ LA DILIGENCE ET SON ATTELAGE DE BOURRICOTS !
C'EST TOUT SIMPLEMENT L'AUTOCAR D'UNE LIGNE TOUT CE QU'IL Y A DE RÉGULIÈRE.

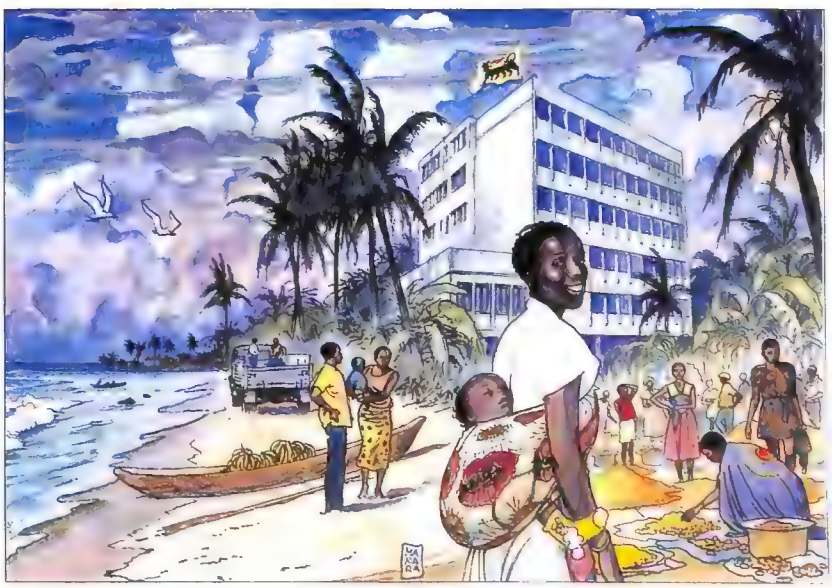
ON A DU BOL. LE CHAUFFEUR NOUS A VUS ! OUF, IL S'ARRÊTE !

ALLEZ, FAIS VITE ! SAUTE !
REGARDE, LUCIGNOLO, REGARDE DONC LE PUITS...
LE PUITS EST TOUT ILLUMINÉ DES COULEURS D'ARLEQUIN, TU COMPRENDS ÇA ?
LES AMIS QUE J'ATTENDAIS SONT PEUT-ÊTRE ARRIVÉS ...
À suivre

Pour Manara, la publicité peut être un bon moyen de diffuser l'art. Nous voyons ici un autre exemple de sa facture, dans un travail pour le pétrolier Agip.

Mais alors quel genre de publicité peut bien intéresser Manara ? « Je veux agir par la séduction du raisonnement et de la pensée » affirme-t-il. Séduire, oui, mais avec la raison en première ligne. Et dans le respect profond du consommateur, de sa façon de penser et de ressentir. Depuis sa première campagne publicitaire pour une marque de dessous masculins, les agences l'ont « laissé libre du choix des moyens d'expression ». En d'autres termes, Manara n'aurait pu être publicitaire, car l'artiste a une notion plus humaine de ce secteur : « Chacune de mes campagnes est composée de multiples dessins qui paraissent successivement dans le temps afin de suggérer le message ». De toute évidence, les travaux publicitaires de Manara portent la marque de sa personnalité, mais dans un registre de communication différent de celui des BD. C'est là un autre laboratoire d'expérimentation. À dire vrai, il existe actuellement un courant publicitaire fort influent qui s'abreuve directement à la source du dessin, de la bande dessinée et de l'illustration, et Manara peut être considéré comme un précurseur de ce style. Bien entendu, la publicité s'est emparée des dessins érotiques de Manara. Les exemples sont nombreux : le spot télévisé pour le parfum Chanel n° 5, la campagne pour la marque de lingerie Yamamay ou les dessins réalisés pour le groupe de télécommunications Fast Web. Mais l'artiste italien a su aussi tirer parti de bien d'autres de ses facettes, comme de son habileté à montrer les signes caractéristiques de son temps (dans ses illustrations pour le pétrolier Agip et la compagnie d'assurances Generali, par exemple). Dans la publicité aussi, Manara est bien plus qu'un dessinateur érotique.

Manara est bien plus qu'un dessinateur érotique ; son crayon traduit une manière d'appréhender et de représenter le monde d'aujourd'hui (illustration réalisée pour la compagnie pétrolière Agip).



LES ŒUVRES

RÊVER, PEUT-ÊTRE

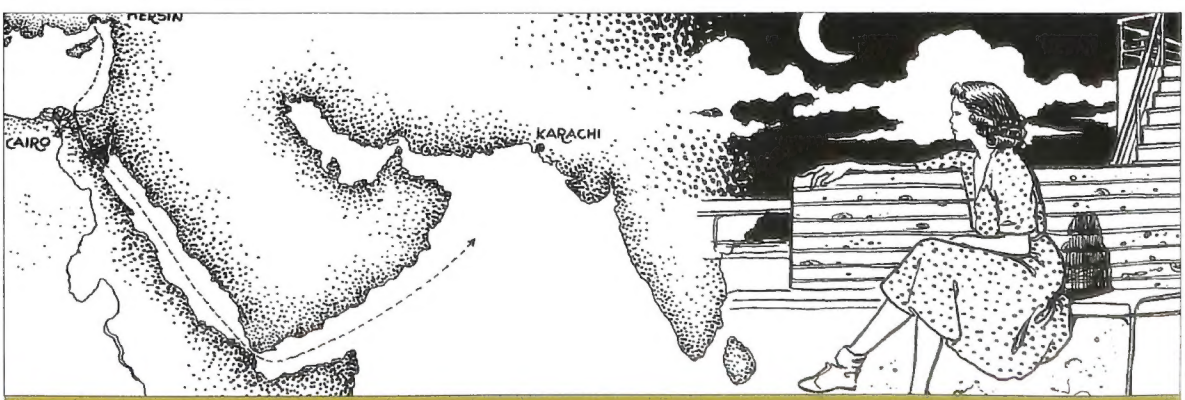
LA TROISIÈME AVENTURE DE GIUSEPPE BERGMAN, QUI SE DÉROULE SUR LE CONTINENT ASIATIQUE, EST LA PLUS MYSTIQUE. C'EST UN VOYAGE INITIATIQUE DANS LEQUEL BERGMAN EST LE CHAUFFEUR D'UNE BELLE FEMME DU NOM DE FRANCESCA FOSCARI. TOUS DEUX RECHERCHENT DÉSESPÉRÉMENT L'ÉQUIPE D'UN FILM, D'UN ÉTRANGE FILM...

Pour Milo Manara, la préparation de l'album *Rêver, peut-être* fut une aventure personnelle entremêlée avec sa vie professionnelle. L'éditeur français Casterman lui finança un long voyage en Asie qui l'inspira dans l'élaboration de cet ouvrage. Ainsi, le véhicule que conduit Giuseppe Bergman est identique à celui qu'utilisa Manara dans son odyssée asiatique. Nombre des anecdotes, expériences et faits vécus par le dessinateur sont reflétés dans la BD. Tout comme Bergman, Manara se chercha lui-même lors de ce voyage – il y chercha un sens de l'aventure en nos temps modernes.

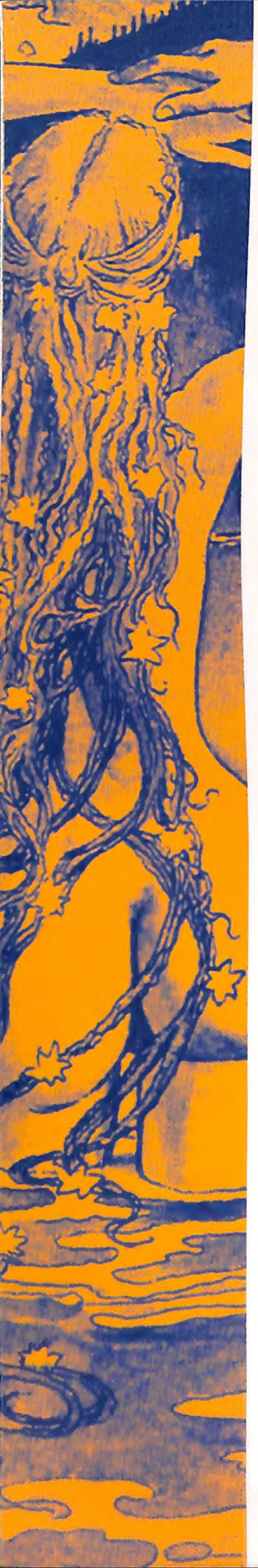
C'est l'Inde qui produisit sur Manara l'effet le plus puissant. Le dessinateur italien fut horrifié par la misère régnant dans ce gigantesque pays, mais il perçut aussi la gentillesse des gens, leur profonde humanité dans un monde de cruelle survie. L'Inde est l'héroïne suprême de *Rêver, peut-être*. C'est le pays où la belle et vaillante Francesca est

La camionnette qui figure dans les aventures asiatiques de Giuseppe Bergman est celle-là même que Manara utilisa lors de son voyage en Orient. Ce voyage lui inspira l'album et fortifia le maître dans la quête de son âme de créateur.

sur le point de déchoir et de renoncer à sa quête. C'est en Inde aussi qu'est résolue l'énigme de la BD : métaphore des deux visages de ce pays que découvrit Manara. Le Tibet est aussi un lieu très particulier, crucial pour le déroulement de l'intrigue. Manara explique que, lors de son voyage, il ne put en franchir la frontière, faute de visa. Profonde déception ! Dans *Rêver, peut-être*, elle s'exprime par une explosion cataclysmique qui se produit dans les dernières cases et emporte Bergman pendant qu'il fait l'amour à Francesca.
Comme ensuite dans *Revoir les étoiles* (l'album suivant *Rêver, peut-être*), Manara ne peut ni ne veut se défaire de sa passion pour l'histoire de l'art. Dans *Rêver, peut-être*, celle-ci se manifeste sous la forme d'un hommage aux artistes de l'école préraphaélite – c'est un hommage aux ambiances médiévales cultivées dans leurs œuvres, à leur idéalisation du passé qui fait résistance au nouveau monde matérialiste. Tout l'album de Manara est imprégné d'une spiritualité et d'une transcendance à mi-chemin du drame et de la tragédie. Parfois, un tel mysticisme se traduit en hallucinations aigres-douces. Il est cependant des visions pour lesquelles Manara n'éprouve nulle empathie : celles que provoquent les drogues jouent un rôle majeur dans le dénouement fatal de *Rêver, peut-être*.



L'Asie produisit sur Manara un impact profond – l'expérience fut pour lui inoubliable. L'Inde le saisit tout particulièrement et joue un rôle prééminent dans les aventures orientales de Bergman.



CELIA

BLONDE, TIMIDE ET... AMBITIEUSE

CELIA SAIT COMBIEN LA LIGNE QUI SÉPARE LE SUCCÈS DE L'ÉCHEC EST MINCE ET FRAGILE – COMME ELLE. CELIA N'A RIEN D'UNE FEMME FORTE. ENVAHIE PAR LE DOUTE ET L'INSÉCURITÉ, ELLE SOUFFRE D'UNE DÉPENDANCE DÉMESURÉE ENVERS SA SŒUR JUMELLE CLIO.

Celia est une très belle jeune femme. Cette blonde explosive ne laisse personne indifférent. Ne serait-ce que par la subtilité de ses expressions et de ses regards, Celia est plus séduisante encore que sa sœur jumelle Clio. Mais Clio respire l'assurance, l'aplomb et l'aisance, ce qui dans notre monde voué à la compétition a beaucoup plus de prix qu'un tempérament discret, fait de timidité et de retenue – comme l'est celui de Celia. Celia a toujours voulu imiter la personnalité irrésistible de sa sœur, mais ses efforts en ce sens ne lui ont valu que davantage d'anxiété.

Nul ne nierait que Celia est une femme ambitieuse animée d'une énorme envie de se surpasser.

Tout change quand Celia apprend à avoir confiance en elle.

Très exigeante envers elle-même depuis l'enfance, elle ne craint pas de passer de longues heures à étudier enfermée dans sa chambre. Elle le fait presque toujours en l'absence de sa sœur pour qui ce n'est jamais le moment de se plonger dans les livres. Celia est celle qui réussit ses examens avec mention, mais la meneuse de la classe, la plus appréciée et admirée, est toujours Clio.

Lors du voyage de fin d'année à Los Angeles, Celia décide de franchir le pas, de surmonter ses indécisions. Un soir de fête dans un lieu à la mode de L. A., elle fait la rencontre d'un célèbre acteur de cinéma qui l'encourage à être elle-même, à prendre conscience de ses aptitudes et de ses défauts, sans que ceux-ci n'éclipsent ses vertus. Cet acteur l'incite à porter sur le monde un autre regard, plus compréhensif envers elle-même.

Cette même nuit Celia décide de laisser de côté sa timidité paralysante ; elle met au défi sa sœur Clio et une autre camarade de classe de déambuler en petites tenues dans les rues de la ville. Clio pense tout d'abord que sa sœur est devenue folle, mais bientôt elle se range à son idée. La scène sera immortalisée dans un catalogue de lingerie féminine.

Celia souffre d'une dépendance démesurée à l'égard de sa sœur jumelle Clio.

OH, OUI, JE ME SENS LIBRE, MAINTENANT ! JE PEUX DESCENDRE À TERRE EN TOUTE TRANQUILLITÉ !
BIEN SÛR, SAUF QUE TU FAIS ALTAMIRO... JE VOULAIS SEULEMENT TE DIRE QUE J'AI ENTENDU DES CHOSES PAS TRÈS FLATTEUSES SUR LE COMPTE DU GROS BÊTA...
JE SAIS QU'IL EST ACCUSÉ DE CORRUPTION, MAIS TOUT LE POUVOIR EST CORROMPU, DANS LE MONDE ENTIER
CLAUDIA, CLAUDIA ! TU ES TROP NAÏVE ! CELA FAIT PARTIE DE TON CHARME, D'AILLEURS...
IL Y A PEUT-ÊTRE ENCORE DES GENS HONNÊTES, MÊME CHEZ LES POLITICIENS...

Altaya

www.altaya.fr

M 09299 - 35 - F: 11,99 € - EY